

Machen Sie doch mal eine rhetorisch gute Figur.

Literaten, Dichter und Theaterschaffende haben immer schon die Kraft der rhetorischen Figuren gekannt und genutzt. Die Chance, im Rahmen eines Theaterstückes verschiedene rhetorische Stilmittel zu hören, ist deshalb enorm hoch.

Vor dem Hintergrund des allgemeinen Trends Sachverhalte, Botschaften, Aussagen und auch Designs immer klarer und einfacher darzustellen, hat auch diese Seite der Rhetorik in den letzten Jahren mehr und mehr an Bedeutung verloren – sowohl in der Fachliteratur als auch in der Trainingspraxis. Deshalb möchten wir einigen rhetorischen Figuren wieder eine Bühne geben – denn sie haben das Potenzial, Ihrem Auftritt an bestimmten Stellen den letzten Feinschliff zu geben.

Sprachwissenschaftler teilen üblicherweise die rhetorischen Figuren in vier Kategorien ein: Klangfiguren, Satzfiguren, Wortfiguren und Sinnfiguren. Klangfiguren beziehen sich auf die akustische Gestalt eines Wortes oder eines Satzes. Satzfiguren betonen den Gesamtsatz und den Satzaufbau, Wortfiguren dagegen die Bedeutung einzelner Wörter. Sinnfiguren ordnen den Gedankengang und Zusammenhang mehrerer Sätze. Vereinfacht könnte man auch sagen, dass rhetorische Figuren eine wortorientierte Variante der Betonung sind. Und warum sollten Sie diese Möglichkeiten für Ihren Auftritt ungenutzt lassen. Wir stellen Ihnen nun drei praxisnahe rhetorische Stilmittel vor, die aus unserer Sicht einfach umzusetzen sind.

1. Die Anapher – wiederhole dich!

Bei der Klangfigur der Anapher wiederholen Sie denselben Satzanfang mehrere Male hintereinander. So heben Sie entweder die Bedeutung des Satzanfanges selbst oder den Teil, der danach folgt, hervor.

Beispiele, bei denen der wiederkehrende Satzanfang selbst an Bedeutung gewinnt:

„Musik /// war ihre Leidenschaft. Musik /// war ihre Erfüllung. Musik /// war einfach ihr ein und alles im Leben.“ Oder: „Empathisch **führen** soll unser Leitsatz sein. Empathisch **führen** soll unsere **oberste** Devise sein. Empathisch **führen** soll zum **Aushängeschild** unserer Führungsgrundsätze werden.“

Beispiele, bei denen der Teil nach dem wiederkehrenden Satzanfang an Bedeutung gewinnt:

„Es ist wichtig, dass wir unserer Firmenphilosophie **treu** bleiben. Es ist wichtig, dass wir als Mitarbeiter **vollkommen** dahinterstehen. Und es ist wichtig, dass wir dies **glaubwürdig** vor unsere Kunden vertreten können.“ Oder: „Ich will **keine** weiteren Diskussionen zum neuen Vertriebskonzept. Ich will **keine** weiteren Alleingänge registrieren müssen. Ich **will**, dass sich **alle** am neuen Konzept orientieren.“

Gepaart mit der stimmlichen Betonung sowie dem Einsatz der Pausentechnik stärken Sie durch den Gebrauch der Anapher die Kraft Ihrer Aussage. Die der Anapher innewohnende Wiederholungstechnik ist dabei der Schlüssel, um die Köpfe und Herzen des Publikums zu erreichen.

2. Die Klimax/Antiklimax – steigere dich!

Die Wortfigur der Klimax besteht aus einer Steigerung von Aussagen, die Antiklimax aus einer Schwächung der Aussagen. Meistens ist diese Steigerung dreigliedrig. Die Idee dahinter ist, der letztgenannten Aussage durch die vorherige Steigerung oder Schwächung eine wirkungsintensivere Bedeutung zu geben.

Beispiele für eine Klimax:

„Am Anfang, liebe Kolleginnen und Kollegen, waren wir Dilettanten. /// Dann wurden wir ernstzunehmende Konkurrenten. Heute /// sind wir der Marktführer.“ Oder: „Hinsichtlich der Umsatzsteigerung liegen wir nicht bei 5 % – auch nicht bei 10 %. Wir gehen laut den Prognosen der Geschäftsführung von einer Umsatzsteigerung /// von satten 12 % aus.“

Beispiele für eine Antiklimax:

„Dazu brauchten wir keine Monate. /// Auch keine Wochen. /// Wir schafften das Ganze in gerade einmal fünf Tagen.“ Oder: „Zunächst einmal wird sie der veränderte Produktionsprozess stark fordern. Kurze Zeit später haben Sie das Wesentliche im Griff. Und in spätestens vier Wochen ist es für Sie Business as usual.“

Die Steigerungstechnik hilft Ihnen insbesondere entscheidende Zahlen, Kernbotschaften und grundlegende Aussagen pointierter zu formulieren und nachhaltiger zu platzieren.

3. Die Akkumulation - sammle dich!

Hier häufen Sie mehrere Begriffe unter einen (nicht unbedingt mitgenannten) Oberbegriff an. Verbunden mit einer entsprechenden Abfolge, gewinnt der (genannte) Oberbegriff oder die damit verbundene Botschaft an Strahlkraft. Das Gesagte wird für Ihr Publikum bildhafter und damit greifbarer.

Beispiele für eine Akkumulation in Kombination mit einer Botschaft:

„Mitarbeiter, Führungskräfte, Azubis, Werkstudenten und Praktikanten – ihr alle seid wichtig für unser Unternehmen.“
Oder: „Rotes Thai-Curry, Caipirinha, entspannte Musik, reizende Gäste, eine laue Sommernacht – es war einfach ein herrlicher Abend.“

Beispiele für eine Akkumulation mit Nennung des Oberbegriffs:

„Es geht um Erfolg! /// Reden wir also über Geld – Macht – Sinn – Motivation – und Ihre Lebensplanung.“ Oder: „Rom, Neapel, Venedig, Florenz, Mailand und Turin /// ach wie schön ist es doch in Italien.“

Diese Sammlungstechnik lässt einfach und schnell Bilder in den Köpfen des Publikums entstehen.

Für alle rhetorischen Figuren gilt immer auch: Kombinieren Sie! Manche Aussagen und Botschaften lassen sich noch stärker herausstellen, indem Sie mehrere rhetorische Figuren zusammenhängend nutzen.